

中国（深圳市）の現地調査記録

流通企業視察結果（深圳）：2019年3月4日、5日 実施

（1）深圳の特徴

深圳ではタクシーやバスは環境対策のため2,3年前から電気自動車へと変更されている。

かつて深圳は名前の通り湿地帯（田園地帯）であり、もともとの深圳出身者がそう多くはないため、北京や上海のようにその町の文化が長く醸成されているわけではない。その分、深圳出身者の人たちが深圳に住むこと（「深圳人」として迎え入れること）に対して寛容である。その結果、20代や30代の若い人が集まりやすい環境にあるといえる。それが経済特区としての深圳をさらに成長させることになる。

例えば、大学は深圳大学のみだが、中国国内の主要な大学の研究機関が多い。この研究機関は世界各国から様々な著名な研究者を集め、研究所を作っている。これはIT企業の多い深圳において、産学研究をしやすい環境といえる。

このように、若い人たちが多く研究も盛んに行われる都市となっている。こうした背景があるため、流通業においては深圳での成功が中国全土への進出の足がかりとなる。

（2）中国の流通企業の実態

情報に関する投資を積極的に行っている。

小売業、外食チェーンを含めQRコードやWechatなどを多様に用い、キャッシュレス決済を実現している。外食チェーンでは、QRコードを利用して注文・決済を行うことでキャッシュレス決済の実現だけでなく、これが人件費の削減や店員による注文の聞き間違いなどを減らすことにつながっている。一方で、その分お客さんが注文を間違えるのは自分の責任となる。小売業においては、顔認証の決済や売り場でのQRコードを読み取るだけで決済が可能となる。財布を持たない、手ぶらでの買物が可能となる。

また、積極的な情報投資から組織のあり方も変わる。顧客情報など多くの情報を保有しているため、この情報データ分析の部門の重要性は高まっている。またデリバリーの増加からデリバリー部門を自社で持つケースも多い。

（3）深圳における物流問題

人の流入を歓迎する都市であるからこそ消費も旺盛である。特に食品・外食のデリバリーは盛んに行われているが、現在はこのラストワンマイルでの問題が生じている。特に旧正月には物流がストップしてしまうといった問題が生じている。

もともと物流の担い手として出稼ぎ労働者が多い。出稼ぎ労働者は旧正月には地元に戻り、家族や親族と過ごす。ただし旧正月などのいわゆる「ハレの日」はデリバリーに対する需要は増加する。こうした時期にラストワンマイルの担い手が不足してしまうため、そのギャップによりモノを運ぶことができない状況を生じさせる。

そのため、物流従事者の給料は3000元以上と他の職種と比べても高い給与水準となっている（大卒の給料と同等。3000元くらい）。したがって大学進学よりは、物流従事者として働くことの方が給与を得られる現状がある。また、この給与水準が魅力となって他業種から物流の担い手として転職ないし副業する動きも出てきている。

（4）生鮮食品等における年代別消費者の多様化状況

食品スーパーなどでは、従来は量り売りを主としてきた。量り売りだけでなく、自身の目利きによる食材選びに慣れている50代・60代以上がいる一方、この量り売りを煩わしさと捉え、量り売りのように誰がどれだけ触ったのかわからない生鮮食品よりは、パックされていることに衛生面での安心感を置く80年代生まれもいる。さらに特定の企業の製品であ

れば問題ないと考える層もあり、市場は多様化している。

（５）大型店の苦戦と小型専門店の成長

ウォルマートやカルフルなど売り場面積の広いハイパーマーケットなどが低迷する中、小型の食品専門店の成長が著しい。広い売場で製品を探し出し、購入することに対する大変さが大型店低迷の背景にある。一方、生鮮食品を提供している小型専門店は、鮮度の良さを消費者にしっかりと認識してもらっている小型専門店は成長している。特に、生鮮食品の取扱いで成長している企業として、仕入れた商品をその日のうちに売り切る企業は生鮮食品の鮮度もよく、消費者の支持を得ている。

（６）パートナーシップ経営

小売企業のチェーン展開の方法として FC 展開ではなく、複数の出資者を募り店舗を運営するパートナーシップ経営を採用している企業がある。この手法は FC のように限られた適切なオーナーを探し出す必要性がないこと、個人では資金力に乏しくても複数人になることで資金力を補い合うことができる点がメリットとなる。

（７）メーカーのチャネル戦略の課題

ネットでの購買が当たり前となっている近年において、メーカーは自社の公式サイトや天猫などへの出店をしているが、こうしたネットの販路を小売業者はもちろんメーカーの代理店である卸売業者も利用している。こうした事態が過当なブランド内競争を引き起こすとともにチャネルの混乱の原因となっている。

加えてキャッシュレス決済の進展により、特定個人がどのようなものを購入しているかを政府が把握しやすくなった。その結果、越境 EC やいわゆる代理購買に対しての関税をかけることが 2018 年以降増えてきている。つまり、日系企業を含めた外資系企業においては、越境 EC を利用するメリットが減少しつつあるといえる。この事態に対応するためにも、中国市場での販路の再構築を検討することが課題として浮上してきている。